

UNIVERZITA TOMÁŠE BATI VE ZLÍNĚ
FAKULTA MANAGEMENTU A EKONOMIKY

Posudek oponenta bakalářské práce

Jméno studenta:
Milena Foltýnová

Oponent BP:
Mgr. Marian Fury

Ak. rok:
2011/2012

Téma BP:

Nové marketingové trendy jako nástroj zvyšování konkurenceschopnosti ve firmě MEGACOMP CZ s.r.o.

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	6
2	Splnění cílů práce	8
3	Teoretická část práce	9
4	Praktická část práce (analytická část)	8
5	Projektová část (řešící část)	7
6	Formální úroveň práce	9
	CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)	47

Hodnocení jednotlivých kritérií:

ROZSAH BODŮ	SLOVNÍ VYJÁDŘENÍ
0 bodů	nesplněno (odpovídá stupni „F“ podle ECTS)
1 – 2 body	splněno pouze na úrovni základních požadavků (odpovídá stupni „E“ podle ECTS)
3 – 4 body	splněno s výraznějšími, ale ne kritickými nedostatky (odpovídá stupni „D“ podle ECTS)
5 – 6 bodů	splněno, nedostatky neovlivňují podstatně celou práci, zejména výsledky (odpovídá stupni „C“ podle ECTS)
7 – 8 bodů	splněno zcela bez výhrad (odpovídá stupni „B“ podle ECTS)
9 – 10 bodů	splněno nadstandardně (odpovídá stupni „A“ podle ECTS)

Připomínky k práci:

Bakalárska práca vyššie uvedenej študentky splňuje formálne i obsahové parametre akademickej práce. V teoretickej časti práce študentka veľmi dobre pracuje so zdrojmi a ponúka komplexný prehľad skúmanej problematiky - významu "nového" marketingu a jeho základných komunikačných prostriedkov. V praktickej časti práce skúma študentka stávajúce komunikačné prostriedky analyzovanej spoločnosti. Z hľadiska odbornosti je diskutabilná novosť prístupov, ktoré sú označované za "nové trendy", vychádzajúc z názvu práce. Predovšetkým sa jedná o nástroj podpory predaja "letáky" a "katalógy", ktoré sú nelogicky začlenené do nových trendov v rámci návrhov a doporučení.

Otázky k obhajobe:

- 1.) Na strane 51 opisujete analýzu sociálneho marketingu pri Facebooku spoločnosti. Mohla by ste skúsiť vysvetliť, či má spoločnosť stanovené KPI's pri využívaní tohto nástroja. Ak áno, tak aké? Ak nie, tak prosím vysvetlite, aké ciele by mala spoločnosť pri využívaní Facebooku sledovať.
- 2.) Na strane 52 v rámci kapitoly On-line marketing popisujete, že spoločnosť v rámci optimalizácie webu využíva nástroje, akými sú napr. SEO, spätné odkazy, kľúčové slová, alebo indexácie. Vysvetlite v krátkosti prosím pojem SEO a skúste sa zamyslieť, či ďalšie spomínané nástroje (spätné odkazy, kľúčové slová, indexácia) nepatria práve do vysvetleného pojmu.
- 3.) Na strane 53 v kapitole 9.3. Sdílená multimediá, spomínate využívanie kanálu Youtube ako podporného multimediálneho nástroja. Koľko majú jednotlivé videá pri youtube kanále videní?
- 4.) V práci odporúčate, aby sa spoločnosť v rámci svojej podpornej komunikácie zamerala na využívanie zrovnávačov cien. Môžete prosím vysvetliť, prečo nedoporučujete špeciálne platené zápisy?
- 5.) Vo svojom návrhu doporučujete, aby sa firma venovala využívaniu aj ďalších sociálnych sietí ako je Google+ či Twitter. Využitie Google+ ste v práci dobre opísala, avšak využite Twitteru som v práci nenašiel. Mohla by ste v krátkosti opísať, aký význam by mal Twitter pri komunikácii spoločnosti?

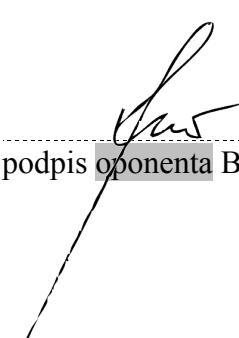
Práce splňuje kritéria pro obhajobu BP.



Práce nesplňuje kritéria pro obhajobu BP (minimálně jedno kritérium hodnoceno 0 body).



Ve Zlíně dne: 04.09.2012



podpis oponenta BP

Instrukce pro hodnocení jednotlivých kritérií:

Kritérium 1. Hodnocení náročnosti tématu práce (0 - 10 bodů)

Toto kritérium hodnotí originalitu zvoleného tématu, jeho zaměření na studijní obor, složitost řešené problematiky, náročnost na teoretické i praktické informační zdroje.

Kritérium 2. Hodnocení splnění cílů práce (0 - 10 bodů)

Toto kritérium hodnotí splnění zadání práce na základě definovaných cílů práce, které musí být součástí úvodu. Definovaný cíl práce odpovídá požadované náročnosti vzhledem k typu práce.

Kritérium 3. Hodnocení teoretické části práce (0 - 10 bodů)

Hodnotí se především výběr teoretických zdrojů a jejich možná aplikace pro řešení tématu. Hodnotí se rovněž způsob i úroveň citací. Rozsah zpracované literatury, její aktuálnost, využití cizojazyčné literatury, využitelnost přehledu pro vlastní práci, diskuse alternativních pohledů, rozbor použitých citací. Literární přehled práce je po metodické a formální stránce řádně zpracován včetně citací a odkazů na použitou literaturu.

Kritérium 4. Hodnocení praktické části práce (analytická část) (0 - 10 bodů)

Hodnotí se úroveň analýzy zadaného tématu, vazba analýzy na stanovené cíle, využití teoretických poznatků pro analýzu problému. Při hodnocení se bere v úvahu náročnost získávání informací, přístup studenta a jeho schopnost logických závěrů z analýzy jako východisko pro řešící část.

Kritérium 5. Hodnocení praktické části práce (řešící část) (0 - 10 bodů)

Hodnotí se věcná úroveň řešení problému, dosažení stanovených cílů, návaznost řešící části na analytickou část. Kritérium hodnotí rovněž celkovou úroveň provázanosti teoretické a praktické části práce, zdůvodnění návrhů a jejich dopadů.

Kritérium 6. Hodnocení formální úrovně práce (0 - 10 bodů)

Hodnotí se úroveň grafického zpracování práce. Hodnotí se gramatická úroveň, zvolené formulace, celková úroveň vyjadřování. Správnost členění, logické návaznosti textu, správnost použité terminologie, jednoznačnost a přehlednost grafických prací, jazyková úroveň.